

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

підготовки магістра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика

Силабус освітнього компонента КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА підготовки магістра, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг за освітньо-професійною програмою Маркетинг та міжнародна логістика.

Розробники:

Сак Т.В., завідувач кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент
Милько І.П., доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Гарант освітньо-професійної програми:



Інна МИЛЬКО

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу

протокол № 1 від 28.08.2025 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

© Сак Т.В., Милько І.П., 2025 р.

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, Маркетинг та міжнародна логістика, другий (магістерський)	Нормативна
Кількість годин/кредитів 360/12		Рік навчання 2
		Семестр 3
		Самостійна робота 336 год.
		Консультації 24 год.
		Форма контролю: публічний захист кваліфікаційної роботи
Мова навчання	Українська	

II. Інформація про викладачів

ПІБ: *Букало Надя Артемівна*
 Науковий ступінь: *кандидат економічних наук*
 Вчене звання: *доцент*
 Посада: *доцент кафедри маркетингу*
 Контактна інформація:
 Телефон *0(332)248978*
 Електронна пошта: *BukaloNadiya@vnu.edu.ua*

ПІБ: *Лялюк Алла Миколаївна*
 Науковий ступінь: *кандидат економічних наук*
 Вчене звання: *доцент*
 Посада: *доцент кафедри маркетингу*
 Контактна інформація:
 Телефон *097 442 3469*
 Електронна пошта: allalyalyuk@gmail.com

ПІБ: *Милько Інна Петрівна*
 Науковий ступінь: *кандидат економічних наук*
 Вчене звання: *доцент*
 Посада: *доцент кафедри маркетингу*
 Контактна інформація:
 Телефон *0506691504*
 Електронна пошта: *mylko.inna@vnu.edu.ua*

ПІБ: *Рейкін Віталій Самсонович*
 Науковий ступінь: *доктор економічних наук*
 Вчене звання: *професор*
 Посада: *професор кафедри маркетингу*
 Контактна інформація:
 Телефон *0509262369*
 Електронна пошта: Reikin.Vitaliy@vnu.edu.ua

ПІБ: *Савчук Ярослава Олександрівна*
Науковий ступінь: *кандидат економічних наук*
Посада: *доцент кафедри маркетингу*
Контактна інформація:
Телефон 0992608759
Електронна пошта: Savchuk.Yaroslava@vnu.edu.ua

ПІБ: *Сак Тетяна Василівна*
Науковий ступінь: *кандидат економічних наук*
Вчене звання: *доцент*
Посада: *завідувач кафедри маркетингу*
Контактна інформація:
Телефон 0501994909
Електронна пошта: Sak.Tatiana@vnu.edu.ua

III. Опис освітнього компонента

Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Кваліфікаційна робота» належить до переліку нормативних циклу професійної підготовки магістра та спрямований на формування у здобувачів системи комплексних теоретичних та методичних знань, а також практичних навичок управління маркетинговою та логістичною діяльністю у професійній діяльності та проведення досліджень в умовах невизначеності.

Основне завдання кваліфікаційної роботи – продемонструвати рівень наукової кваліфікації автора, вміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання. Кваліфікаційна робота має узагальнюючий характер, оскільки є завершальним підсумком підготовки за відповідною освітньо-професійною програмою та містить самостійне оригінальне наукове дослідження здобувача освіти, що має практичну цінність для підприємств, організацій, установ, органів місцевого самоврядування тощо.

Написання кваліфікаційної роботи є логічним завершенням теоретичного та практичного навчання здобувачів освіти. Кваліфікаційна робота магістра за спеціальністю 075 Маркетинг є підсумковою самостійно завершеною працею, на підставі виконання та захисту якої здобувач освіти одержує відповідну кваліфікацію. Робота має бути присвячена розв'язанню складної спеціалізованої задачі або практичних проблем в сфері маркетингу і міжнародної логістики.

2. Переквізити. Освітній компонент «Кваліфікаційна робота» базується на всіх вивчених здобувачами освітніх компонентах, передбачених навчальним планом. Передбачає використання напрацювань, аналітичних матеріалів та теоретичних досліджень, отриманих під час проходження виробничої практики з маркетингу, виробничої практики з маркетингової та міжнародної логістичної діяльності.

3. Мета і завдання освітнього компонента.

Метою кваліфікаційної роботи є формування та розвиток у здобувачів вищої освіти здатності до комплексного розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог, обґрунтування управлінських рішень на основі наукових підходів, аналітичних методів та сучасних цифрових інструментів.

Завдання освітнього компонента «Кваліфікаційна робота»:

1. Узагальнити та критично осмислити теоретико-методологічні підходи щодо обраної теми дослідження в галузі маркетингу та логістики.
2. Провести системний аналіз ринку, підприємства та середовища функціонування з використанням сучасних аналітичних методів і цифрових інструментів.
3. Виявити основні проблеми або зони для удосконалення в діяльності підприємства чи логістичної системи.

4. Запропонувати та обґрунтувати ефективні проєктні або управлінські рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, ефективності маркетингової або логістичної діяльності.

5. Розробити практичні рекомендації щодо впровадження результатів дослідження з урахуванням чинного законодавства, принципів сталого розвитку та цифрової трансформації.

6. Продемонструвати навички академічного письма, оформлення наукових досліджень, самостійної роботи з джерелами та аналітичними даними.

4. Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК 10. Здатність планувати, організовувати та оцінювати ефективність логістичної системи.

СК 11. Здатність реалізовувати міжнародні логістичні процеси із урахуванням вимог глобальних ринків.

Програмні результати навчання:

Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

P16. Проводити діагностику ефективності управління маркетинговими та логістичними системами ринкового суб'єкта в умовах транскордонної взаємодії.

P17. Здійснювати управління міжнародними логістичними процесами у глобальних ланцюгах постачання з урахуванням вимог міжнародного ринку.

Soft Skills, що формуються в процесі підготовки та захисту кваліфікаційної роботи: навички критичного мислення, аналітичного підходу до вирішення складних управлінських і маркетингових та логістичних задач, ефективної комунікації, самоорганізації та тайм-менеджменту, вміння працювати з великими обсягами інформації, презентувати результати дослідження та аргументовано захищати власну позицію.

Освітній компонент «Кваліфікаційна робота» сприяє реалізації таких **Цілей сталого розвитку**:

ЦСР 4 – Якісна освіта: розвиток аналітичних, управлінських, підприємницьких компетентностей через науково-дослідну роботу;

ЦСР 8 – Гідна праця та економічне зростання: вивчення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств і стимулювання економічної активності громад;

ЦСР 9 – Індустріалізація, інновації та інфраструктура: аналіз ефективності впровадження інновацій у логістичних та маркетингових процесах;

ЦСР 11 – Сталий розвиток міст і громад: розробка рекомендацій для підтримки локального бізнесу та сталого споживання;

ЦСР 12 – Відповідальне споживання і виробництво: оцінка маркетингових стратегій з погляду їхньої екологічності та етичності;

ЦСР 17 – Партнерство заради сталого розвитку: залучення підприємств, органів місцевого самоврядування та громадськості до реалізації результатів дослідження.

5. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Організаційні етапи написання кваліфікаційної роботи	Усього	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю* Бали
1 Етап. Підготовчий	24	20	4	А
2 Етап. Основний	280	270	10	А
2.1. Теоретико-методичний				
2.2. Аналітичний				
2.3. Проєктно-рекомендаційний				
3 Етап. Оформлювальний	42	36	6	А
4 Етап. Підсумковий.	14	10	4	А
Всього годин/Балів	360	336	24	100

*Форма контролю: А – підсумкова атестація.

IV. Зміст основних етапів написання кваліфікаційної роботи

Зміст основних етапів написання кваліфікаційної роботи наведені у таблиці 3.

Таблиця 3

Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст та завдання етапів
1 Етап. Підготовчий	Вибір теми дослідження і наукового керівника, що закріплюється, відповідно до заяви здобувача освіти. Формування і погодження з науковим керівником завдання на виконання кваліфікаційної роботи. Складання плану кваліфікаційної роботи відповідно до отриманого завдання.
2 Етап. Основний	Збирання фактичного матеріалу, його систематизація, класифікація, інтерпретація, написання тексту роботи відповідно до її плану, формулювання висновків та рекомендацій, бажано – підготовка публікацій із теми дослідження.
2.1. Теоретико-методичний	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи. Узагальнення наукових підходів, понятійного апарату та ключових категорій, пов'язаних із темою дослідження. Проведення теоретико-методичного аналізу новітніх положень сучасної науки щодо предмета дослідження. Дослідження сучасних методів аналізу, моделей, принципів та концепцій у сфері маркетингу та логістики щодо предмету вивчення. Обґрунтування вибору методологічної основи для проведення аналітичного та проєктного дослідження.
2.2. Аналітичний	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи. Дослідження стану господарської діяльності об'єкта дослідження. Проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства або громади. Проведення маркетингового аналізу за темою кваліфікаційної роботи. Виявлення проблем, тенденцій і можливостей розвитку на основі зібраних даних та оцінювання їх впливу на

	ефективність діяльності.
2.3. Проектно-рекомендаційний	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи. Узагальнення результатів аналізу та визначення стратегічних напрямів удосконалення маркетингових або логістичних процесів. Розроблення проекту, конкретних рекомендацій, заходів або інструментів щодо підвищення ефективності діяльності об'єкта дослідження (підприємства, організації, громади). Дослідження очікуваних результатів реалізації запропонованих рішень і надання їх соціально-економічного обґрунтування, ефективності проекту.
3 Етап. Оформлювальний	Оформлення роботи та списку літератури відповідно до вимог. Перевірка кваліфікаційної роботи на плагіат. Здійснюють під час проходження виробничої практики і завершують за місяць до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК. На цьому етапі робота повинна бути повністю виконана та перевірена керівником.
4 Етап. Підсумковий	Отримання відгуку керівника та рецензії від кваліфікованого спеціаліста відповідного профілю, як правило, з іншої організації або установи; проведення попереднього захисту на кафедрі, отримання рекомендації кафедри про допуск до захисту, подання роботи до ЕК.

V. Вимоги до структури та змісту кваліфікаційних робіт

Структура кваліфікаційної роботи визначається завданнями і проблематикою дослідження. Робота повинна містити такі складові.

Титульний аркуш є першою сторінкою кваліфікаційної роботи.

Анотація (українською і іноземною мовами). В анотації подають прізвище та ініціали автора і тему роботи; стислий виклад результатів дослідження із зазначенням наукової новизни та за наявності практичного значення; ключові слова (у називному відмінку, у рядок через кому). Обсяг анотації не повинен перевищувати 3 сторінки (кожна обсягом 1900–2000 знаків з пробілами), ключовими словами /словосполученнями).

Зміст подають на другій сторінці кваліфікаційної роботи. Зміст кваліфікаційної роботи містить назви розділів (підрозділів) згідно з планом та сторінки, на яких вони розміщені. Заголовки змісту повинні точно повторювати заголовки тексту. Скорочувати або подавати їх в іншому формулюванні, послідовності порівняно із заголовками у тексті не допускається.

Перелік умовних позначень, символів, одиниць і термінів. Такий перелік доцільно наводити, якщо в роботі вжито специфічну термінологію, маловідомі скорочення, нові символи тощо. Перелік друкують двома колонками, у яких ліворуч за абеткою наводять скорочення, праворуч – їх детальне розшифрування. Якщо спеціальні терміни, символи, позначення і таке інше повторюються менше як три рази, перелік не складають, а їх пояснення наводять у тексті у випадку першого згадування.

Вступ включає актуальність теми, її наукову новизну, мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, практичне значення отриманих результатів, апробацію результатів. Обсяг вступу не повинен перевищувати 2–4 сторінок.

Актуальність теми. Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими вже підходами до розв'язання проблеми обґрунтовують актуальність і доцільність роботи для розвитку відповідної галузі науки. Якщо роботу виконують у системі досліджень кафедри (відділу, організації тощо), коротко визначають зв'язок вибраного напрямку з планами організації, галузевими, державними планами та програмами. Обов'язково потрібно зазначити роль автора у виконанні цих науково-дослідних завдань.

Наукова новизна. Вона полягає не просто в залученні до наукового обігу нового ілюстративного матеріалу, а в глибшому, ніж у працях попередників, його аналізові, в узагальненні відомих досліджень з обраної проблеми та порушенні нових питань. Варто коротко викласти наукові положення, запропоновані автором особисто, показати, в чому полягає відмінність отриманих результатів від уже відомих, схарактеризувати ступінь новизни («вперше отримано», «удосконалено», «уточнено», «дістало подальший розвиток» тощо).

Мета і завдання дослідження. Формулюють мету роботи і конкретні завдання, які необхідно розв'язати для досягнення поставленої мети.

Мета – це кінцевий науковий результат, якого прагне досягти автор роботи в процесі власного дослідження.

Завдання – це конкретні шляхи, засоби досягнення поставленої мети.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, яке породжує проблемну ситуацію.

Предмет дослідження знаходиться в межах об'єкта і становить частину від цілого (тобто об'єкта).

Об'єкт і предмет співвідносяться як загальне і часткове. В об'єкті виділяють ту його частину, яка й стане предметом дослідження. Саме на предмет спрямована увага автора, оскільки він має визначати назву роботи.

Матеріал дослідження. Окреслити джерела фактичного матеріалу, який опрацьовано в роботі.

Практичне значення одержаних результатів. Потрібно подати відомості про використання результатів роботи або рекомендації щодо їх використання із зазначенням певної галузі, теоретичного або практичного освітнього курсу та ін. Стисло повідомляють про впровадження результатів дослідження, назвавши організації, у яких здійснено реалізацію, її форми. Зазвичай впровадження оформлюють актом, підписаним представниками організацій, які використовують впроваджені матеріали.

Апробація результатів та публікації. Якщо автор брав участь у наукових конференціях, семінарах, засіданнях наукового гуртка з оголошенням результатів своєї роботи та має цьому підтвердження (опубліковані тези, статті або програму конференції за темою роботи), то зазначити їх назву, рік та місце проведення, а також вказати публікації з теми дослідження.

Основна частина. Складається з розділів, підрозділів, пунктів та підпунктів. Структура основної частини роботи повинна розкривати реалізацію завдань кваліфікаційної роботи. У розділах основної частини подають: огляд джерел (літератури) за темою і вибір напрямків досліджень, виклад загальної методики та основних напрямів досліджень, експериментальну частину і методику, проведені теоретичні або експериментальні дослідження, аналіз і узагальнення результатів. Основний зміст кваліфікаційної роботи містить ґрунтовний виклад матеріалу дослідження та складається з 3 розділів і підрозділів до них.

Теоретико-методичний розділ

У першому розділі систематизується науково-теоретична база обраної теми, подається огляд сучасних літературних джерел, вітчизняних і зарубіжних досліджень, статистичних публікацій, нормативних документів та аналітичних матеріалів, пов'язаних із проблематикою маркетингу та логістики. Виконується порівняльний аналіз наукових підходів до вирішення поставленої проблеми, висвітлюються еволюція наукових поглядів і сучасні тенденції розвитку відповідної сфери. Визначаються теоретичні засади, класифікаційні характеристики й методичні підходи до аналізу досліджуваних процесів. Аргументується авторське бачення проблеми, обґрунтовується вибір інструментарію, що буде застосований у подальших розділах, вивчається зарубіжний досвід. Теоретичне узагальнення дає підґрунтя для формування власного дослідницького підходу та забезпечує логічний перехід до емпіричної частини.

Рекомендований обсяг 1 розділу роботи становить 12-15 сторінок друкованого тексту.

Аналітичний розділ

Другий розділ фокусується на дослідженні фактичного стану маркетингових і/або логістичних процесів на рівні підприємства, регіону або громади. Проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта дослідження з використанням обраних методів і моделей: аналітичних, статистичних, соціологічних, комп'ютерних тощо. Представляються результати маркетингового дослідження, здійснюється поглиблений аналіз отриманих даних, виявляються ключові закономірності, проблеми, ризики та резерви розвитку. У процесі аналізу встановлюються функціональні зв'язки між змінними, оцінюється ефективність поточних управлінських рішень, формуються проміжні висновки, які слугують підґрунтям для формування практичних рекомендацій. Аналітичний розділ містить візуальні матеріали (таблиці, діаграми, графіки), які супроводжуються тлумаченням і висновками.

Рекомендований обсяг 2 розділу роботи становить 20-25 сторінок друкованого тексту.

Проектно-рекомендаційний розділ

На основі проведеного аналізу у третьому розділі розробляються конкретні пропозиції щодо вдосконалення маркетингової або логістичної діяльності. Формується стратегічне бачення вирішення проблемної ситуації на основі інноваційних підходів, новітніх інструментів маркетингу, логістичного менеджменту та цифрової аналітики. Пропозиції відображають системний підхід до управління: визначаються цілі, ресурси, очікувані результати, критерії ефективності, механізми впровадження. У цій частині здобувач освіти узагальнює результати дослідження та розробляє комплексну інноваційну маркетингову стратегію для вирішення визначеної проблемної ситуації на підприємстві. Особлива увага приділяється розробці маркетингового проекту, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства. Також можливе проектування організаційних змін, які супроводжують впровадження запропонованих заходів. Пропонуються управлінські механізми й маркетингові інструменти, здатні забезпечити реалізацію проекту й досягнення позитивних змін. Обґрунтовується соціально-економічна доцільність і очікуваний вплив запропонованих рішень. Рекомендації мають бути узгодженими з теоретичною та аналітичною частинами, логічно витікати з результатів дослідження та відповідати стратегічним пріоритетам розвитку об'єкта дослідження.

Рекомендований обсяг 3 розділу роботи становить 12-15 сторінок друкованого тексту.

Висновки. У висновках узагальнюються основні теоретичні положення, викладені у роботі, результати дослідження оцінюються з погляду досягнення мети та виконання поставлених завдань. Формулюються підсумкові висновки, які відображають наукову новизну, практичну цінність та перспективи подальших досліджень. У висновках не повинно з'являтися нових пропозицій – лише узагальнення вже представленого в попередніх розділах.

Рекомендований обсяг загального висновку до роботи – 2-4 сторінки друкованого тексту.

Список використаних джерел. Список використаної літератури оформляється відповідно до Національного стандарту України «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. ДСТУ 8302:2015».

Перелік джерел слід розміщувати в списку в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Якщо список містить посилання на літературу та джерела, записані як кириличними літерами, так і латинськими, то спочатку подавати ті, які записані кирилицею, а потім латиницею (за абеткою).

Кількість використаних джерел у кваліфікаційній роботі не повинна бути меншою 50 одиниць.

Додатки містять різний за змістом допоміжний матеріал, який має додаткове, довідкове значення, але необхідний для повного висвітлення теми дослідження: фінансова

звітність підприємства; таблиці допоміжних цифрових даних; проміжні математичні доведення і розрахунки; інструкції і методики вирішення певних проблемних питань; ілюстрації допоміжного характеру. За формою це можуть бути: текст, таблиця, рисунок, веб-сайт тощо. На кожен додаток повинно бути посилання у тексті.

Супровідні документи: завдання на кваліфікаційну роботу, рецензія на кваліфікаційну роботу, результати перевірки роботи на плагіат; подання голові ЕК на кваліфікаційну роботу.

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи має становити 50–60 сторінок (без списку використаних джерел та додатків).

VI. Вимоги до оформлення кваліфікаційних робіт

Вимоги до змісту та оформлення кваліфікаційних робіт подані в Положенні про випускні кваліфікаційні роботи (проекти) (<https://surli.cc/eahpbw>) та детально описані в Методичних рекомендаціях до написання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи для здобувачів освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика.

VII. Політика оцінювання

Політика керівника кваліфікаційної роботи щодо здобувача освіти.

Безпосередній контроль за виконанням кваліфікаційної роботи здійснює науковий керівник. Науковий керівник роботи: допомагає здобувачеві обрати найбільш перспективний і актуальний напрям кваліфікаційного дослідження; знайомить здобувача з вимогами щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи; рекомендує здобувачеві необхідну наукову літературу та джерела з теми роботи; регулярно надає консультації; стежить за ходом написання роботи, контролює своєчасне подання роботи до захисту в ЕК; надає допомогу здобувачеві в підготовці роботи до захисту; складає відгук на кваліфікаційну роботу та розкриває її зміст під час виступу на захисті кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.

Інформацію наукових керівників про хід виконання здобувачами КР заслуховують на засіданні кафедри маркетингу двічі протягом навчального року (визначають, як здобувач справляється з роботою, які у нього виникають труднощі та яких заходів треба вжити для їх подолання). Здобувачі зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт згідно отриманого завдання.

Політика щодо академічної доброчесності.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Відповідно до ч. 6 ст. 69 ЗУ «Про вищу освіту» заклади вищої освіти здійснюють заходи із запобігання академічному плагіату – оприлюдненню (частково або повністю) наукових результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворенню опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання.

Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату, що регламентовано у Положенні про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів ВО, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників ВНУ імені Лесі Українки (<https://surli.li/fdputg>), Положенні про Комітет з етики наукових досліджень (<http://surli.li/cpqagl>).

Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат. Первинну перевірку на наявність ознак академічного плагіату в кваліфікаційних роботах здійснює відповідальний за таку роботу працівник кафедри із використанням рекомендованого Університетом програмного забезпечення. Звіт про перевірку кваліфікаційної роботи здобувачів освіти має бути проаналізований науковим керівником (за потреби – членами кафедри) до дати проведення

захисту кваліфікаційної роботи. За результатами перевірки науковий керівник оформляє Протокол аналізу звіту подібності за встановленим зразком. Під час подання на кафедру кваліфікаційної роботи автор цієї роботи заповнює і підписує заяву-засвідчення за встановленою формою, у якій підтверджує факт відсутності в роботі академічного плагіату. До такої заяви додається роздрукований та підписаний науковим керівником Протокол аналізу звіту подібності. Водночас, цією ж заявою автори випускних кваліфікаційних робіт (здобувачі вищої освіти) надають дозвіл на розміщення електронної копії своєї роботи в Інституційному репозитарії Університету.

Для кваліфікаційних робіт показник оригінальності форми (вираження) твору має становити не менше половини. Зміст та оформлення робіт мають відповідати вимогам (методичним вказівкам) щодо їх написання, затвердженим в Університеті, та/або правовим актам України вищого порядку.

Таблиця 4

Значення індексу унікальності

Рівень унікальності	Відсоток рівня унікальності	Пояснення
високий рівень унікальності	85–100 %	робота допускається до захисту та/або опублікування
середній рівень унікальності	65–84 %	робота потребує уваги з боку наукового керівника (рецензентів); може бути повернута на доопрацювання і повторну перевірку
низький рівень унікальності	50–64 %	робота потребує особливої уваги з боку наукового керівника (рецензентів, редакторів); очевидно, є потреба у доопрацюванні та повторній перевірці
недопустимо низький рівень унікальності	49 % і нижче	робота повинна бути відхилена і може бути прийнята до повторного розгляду лише за умов докорінної переробки

Завантаження кваліфікаційних робіт в інституційний репозитарій ВНУ імені Лесі Українки здійснюють відповідальні особи кафедр не пізніше, ніж за п'ять днів до захисту робіт.

Політика щодо оцінки кваліфікаційної роботи.

Рішення ЕК про оцінку кваліфікаційної роботи приймають на закритому засіданні комісії відкритим голосуванням більшістю голосів членів комісії, які брали участь у її засіданні. За однакової кількості голосів голос Голови ЕК вирішальний.

Під час визначення оцінки роботи повинна бути врахована думка рецензента, виступ здобувача освіти під час захисту своєї роботи, його відповіді на зауваження рецензента та на запитання членів комісії.

Таблиця 5

Елементи оцінювання	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
<i>Оцінювання кваліфікаційної роботи керівником та рецензентом: 80 балів</i>		
Зміст	Наявність всіх структурних компонентів, стиль формулювання, відповідність поставленим завданням	5
Вступ	– актуальність і постановка проблеми (виявлення суперечностей, які зумовили актуальність проблеми); – рівень розробки проблеми (констатація наявності досліджень з проблеми); – об'єкт, предмет, мета, завдання (чіткість	5

	формулювання, логічність, відповідність і взаємно відповідність); – методи дослідження, їх відповідність меті та завданням	
Основна частина	– глибина розкриття завдань дослідження; – доцільність і рівень використання джерел; – логіка викладу матеріалу; – повнота аналізу та якість аналітичних висновків; – наявність науково грамотно сформульованих власних думок, відповідність науковому стилю; – використання методів, задекларованих у вступі.	50
Висновки	– відповідність логіки побудови висновків поставленим меті та завданням; – адекватність та обґрунтованість висновків.	5
Список використаних джерел	– кількість літературних джерел; – наявність сучасних актуальних джерел з досліджуваної проблеми; – відповідність оформлення списку використаних джерел бібліографічним вимогам.	5
Додатки	– наявність звітності; – наявність додаткових розрахунків; – правильність подання та оформлення.	5
Оформлення роботи	Відповідність вимогам до оформлення (шрифт, обсяг, цитування та посилання на джерела, таблиці, рисунки, додатки тощо).	5
<i>Оцінювання публічного захисту членами комісії: 20 балів</i>		
Захист роботи	логічне та аргументоване викладення матеріалу	5
	наявність презентації, її якість та наповнення	5
	володіння здобувачем матеріалами роботи	5
	аргументовані відповіді на запитання членів комісії	5

Повторний захист КР з метою підвищення оцінки не дозволяють.

У випадках, коли захист КР не відповідає вимогам рівня атестації, ЕК ухвалює рішення про те, що здобувача не атестовано, про що здійснюють відповідний запис у протоколі засідання комісії. У такому випадку ЕК встановлює: може здобувач подати на повторний захист ту саму роботу з доопрацюванням чи він повинен опрацювати нову тему, визначену відповідною кафедрою закладу освіти.

Здобувача освіти, який отримав незадовільну оцінку за КР, відраховують із закладу вищої освіти. Йому видають академічну довідку встановленого зразка.

VIII. Шкала оцінювання

Оцінювання результатів захисту кваліфікаційних робіт здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у шкалу ECTS та лінгвістичну оцінку:

Оцінка в балах за 100-бальною шкалою	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання з незначними помилками

82–89	Дуже добре	B	вище середніх стандартів, але з деякими помилками;
75–81	Добре	C	в цілому змістова робота зі значними помилками;
67–74	Задовільно	D	непослідовно викладений матеріал зі значними недоліками;
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям;
1–59	Незадовільно	Fx	незадовільно

Критерії оцінювання результатів навчання:

90–100 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, самостійно, забезпечує повне розкриття теми. Правильно визначено предмет, об'єкт дослідження. Мета та завдання чітко окреслені та реалізовані у дослідженні. Автор використовує сучасні аналітичні та методологічні інструментарії. Робота характеризується високою якістю і глибиною теоретико-методологічного аналізу, критичного огляду літературних джерел, наявністю наукової проблематики. Узагальнення і висновки базуються на якісно опрацьованій статистичній інформаційній базі, що дозволяє чітко визначити авторську позицію. У проєктно-рекомендаційному розділі запропоновано інноваційну маркетингову стратегію, яка логічно витікає з аналізу, ґрунтується на сучасних підходах і містить обґрунтовані управлінські рішення з чітким планом реалізації. Рецензія позитивна. Доповідь логічна, змістовна, аргументована, проілюстрована бездоганно оформленими наочними матеріалами, свідчить про формулювання власної думки здобувача щодо предмету дослідження та є логічною і повною. Відповіді на питання правильні та стислі.

82–89 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте, існують несуттєві недоліки у виявленні логічності зв'язку заходів, що пропонуються для вирішення проблем за допомоги проведеного аналізу статистичних та фактичних матеріалів, обґрунтування та розрахунків ефективності запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу здобувачем фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію обмежено. Проєктно-рекомендаційний розділ містить загалом доречні пропозиції, але не всі з них належним чином обґрунтовані з погляду ресурсів, ефективності та відповідності стратегічним цілям підприємства. Рецензія позитивна, але містить окремі зауваження до роботи. Доповідь є логічною, змістовною, насичена фактичною інформацією, що відображає відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання правильні, але не завжди повні та конкретні.

75–81 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте відсутній самостійний аналіз статистичних та фактичних матеріалів, обґрунтування та розрахунків ефективності запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу здобувачем фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію занадто обмежено. Присутні окремі пропозиції, однак їм бракує цілісності, узгодженості з аналітичною частиною та аргументованості щодо впровадження. Рецензія переважно позитивна, але містить окремі зауваження до роботи. Доповідь побудована на фактах, що відображають відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання неповні.

67–74 балів. Тема роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутні розрахунки, що дозволяють аргументувати зроблені авторські узагальнення та висновки. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Рекомендації щодо удосконалення є поверхневими, без чіткої структури й обґрунтованих рішень, що суттєво знижує практичну цінність

дослідження. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, здобувач не володіє окремими питаннями теми, не всі відповіді на запитання правильні чи повні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

60–66 балів. Тема роботи не зовсім розкрита, мають місце недоліки змістовного характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутні розрахунки, що дозволяють аргументувати зроблені авторські узагальнення та висновки. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Проектно-рекомендаційний розділ не містить жодних реальних, аргументованих і практично застосовних рішень. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, здобувач не володіє окремими питаннями теми, усі відповіді на запитання неповні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

1–59 балів, незадовільно. Відсутня логіка у побудові структури дослідження. У роботі відсутнє розуміння мети, завдань, предмету дослідження. Назви окремих розділів не відповідають їх змісту. Теоретичний аналіз та визначення стану процесів, що є предметом розгляду мають компіляційний характер, відсутні посилання на використані літературні джерела. Відсутні самостійні судження у запропонованих рекомендаціях і пропозиціях. Представлений статистичний матеріал є застарілим. Оформлення роботи не відповідає вимогам. Доповідь не відображає зміст виконаної роботи, більшість відповідей на питання неправильні, здобувач не володіє предметом дослідження. Наочні матеріали до захисту роботи відсутні.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Інформація та документація. Бібліографічне посилання: Загальні положення та правила складання: ДСТУ 8302:2015. URL: <http://aphd.ua/pryklady-oformlennia-bibliohrafichnoho-opysu-vidpovidno-do-dstu-83022015/>.
2. Кодекс академічної доброчесності ВНУ імені Лесі Українки. URL: (<http://surl.li/umdcui>),
3. Милько І.П., Сак Т.В., Букало Н.А., Лялюк А.М., Рейкін В.С., Савчук Я.О. Виробнича практика з маркетингу: методичні рекомендації для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг ОПП Маркетинг та міжнародна логістика. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 26 с.
4. Милько І.П., Сак Т.В. Виробнича практика з маркетингової та міжнародної логістичної діяльності: методичні рекомендації для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг ОПП Маркетинг та міжнародна логістика. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 24 с.
5. Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проекти). URL: <https://surl.li/cc/eahpbw>.
6. Положення про екзаменаційну комісію щодо атестації осіб, які здобувають перший (бакалаврський) та другий (магістерський) рівні освіти. URL: <https://surl.li/omzydu>.
7. Положення про Комітет з етики наукових досліджень URL: <http://surl.li/cpqagl>.
8. Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів ВО, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://surl.li/fdputg>.
9. Сак Т. В., Милько І. П. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 43 с.
10. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг. URL: <https://surl.li/cc/cizkrd>.

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

3. Інформаційні ресурси у цифровому репозитарії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки.
URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <https://iab.com.ua/>